

17.09.10

# Mit dem Sport gegen die Sucht

## Kampagne soll Alkoholmissbrauch stoppen

■ Von Michael Diekmann

Bielefeld (WB). »Wer etwas erreichen will, muss die entsprechenden Menschen erreichen«, sagt Oberbürgermeister Pit Clausen. Gemeinsam mit Polizeipräsident und Arminia-Präsident hat er gestern die Plakatkampagne gegen Alkoholmissbrauch und Vandalismus vorgestellt.

In den kommenden Tagen werden etwa 7000 Postkarten verteilt und gut 1000 Plakate in Bussen und Bahnen, Schulen und Einrichtungen geklebt, um auf diesen besonderen gesellschaftlichen Problembereich hinzuweisen. Der Sozial- und Kriminalpräventive Rat der Stadt Bielefeld (SKPR) und die Fan-AG von Arminia mit Dachverband, Supporters Club und Fan-Projekt stehen hinter dem bundesweit einzigartigen Projekt, mit dem die Verantwortlichen die gefährdeten Personengruppen in möglichst breiter Linie erreichen möchten.

Fußball sei Volkssport und eröffne den Weg zu vielen Bevölkerungskreisen, wissen die Initiatoren. Weil Fußballalltag aber auch mit Alkohol und Auseinandersetzung zu tun hat, glaubt man mit

dem Zweitligisten Arminia als sportlichem Aushängeschild der Stadt eine Schlüsselstelle zu besitzen, um Gefährdungspotenzial ganz gezielt eindämmen zu können. Die Polizei weiß um die mit Fußball verbundenen Reibereien. Präsident Erwin Südfeld: »Wir als Polizei begrüßen die Aktion grundsätzlich. Beim Entstehen von Gewalt spielt Alkohol nicht selten eine Rolle.« Wolfgang Brinkmann, Chef des DSC Arminia, kennt die Problematik von Vandalismus oder Alkohol auch als Chef des Verkehrsunternehmens Mobiel. Brinkmann: »Man muss bestimmte Dinge einfach frühzeitig anfassen, auch wenn der Club Arminia aktuell keine Probleme hat.«

»Ein Club wie der DSC sagt mehr als mein erhobener Zeigefinger.«

Pit Clausen  
Oberbürgermeister

Arminias Fan-Beauftragter Christian Venghaus und die Vertreter des SKPR sind stolz auf das in Bielefeld funktionierende System vorbildlicher Fanarbeit,

die Probleme oft im Keim ersticke.

Ohnehin soll in der mit Drogenberatung, Uni und Stadt durchgeführten Kampagne, die längerfristig auch andere Reizthemen aufgreifen soll, nicht grundsätzlich das Genussbier beim Fußball in Frage gestellt werden, wohl aber das ausufernde Trinken. Und gefährdete Gruppen, findet OB Pit Clausen, erreiche man eher über das Medium der Fußballfans als den warnend erhobenen Zeigefinger des Stadtoberhauptes.



Start der Kampagne (von links): Erwin Südfeld, Pit Clausen, Ursula Castrup, Daniel Müller, Ole Wolff, Wolfgang Brinkmann, Christian Venghaus, Jürgen Simmering und Ralf Schnitzmeier. Foto: Diekmann